

Profesorado

Revista de currículum y formación del profesorado



VOL. 15, Nº 1 (2011)

ISSN 1138-414X (edición papel)

ISSN 1989-639X (edición electrónica)

Fecha de recepción 22/02/2011

Fecha de aceptación 30/04/2011

INVESTIGACIÓN SOBRE EL USO DE LA TELEVISIÓN POR ESTUDIANTES, DE EDUCACIÓN, DE UNIVERSIDADES HISPANOAMERICANAS

Researching the use of television by Education students of Latin American universities



José Manuel Ríos Ariza, Antonio Matas Terrón* y
Elba Rosa Gómez Barajas***

**Universidad de Málaga*

***Universidad de Guadalajara (México)*

E-mail: jmrios@uma.es

Resumen:

En un mundo cada vez más globalizado y donde los medios de comunicación están más presentes en la vida de todos los ciudadanos, es común escuchar y pensar, al menos intuitivamente, que deberá estar produciéndose una mayor homogeneización de las poblaciones de los distintos países.

Hay dos medios de comunicación tremendamente poderosos porque son los más extendidos: Internet y la televisión. En este artículo vamos a centrarnos en la televisión, y afrontamos el desafío de investigar sobre el uso que hacen los estudiantes de Educación de la televisión. La investigación se ha realizado simultáneamente con estudiantes de 7 universidades, de cinco países Hispanoamericanos. No pretende ser un estudio que sea generalizable, pero sí por la cantidad de alumnos que han participado creemos que puede señalar tendencias en los usos.

Palabras clave: *competencias, medios de comunicación, televisión.*

Abstract:

In an increasingly globalized world, where the media are more present in the lives of all citizens, is common to hear and think, at least intuitively, that should be producing a greater homogenization of the populations of various countries. There are two extremely powerful media because they are the most widespread: Internet and television. In this article we will focus on television, and face the challenge of investigating the use by education students of television. The research was conducted simultaneously with students from 7 universities, five Hispanic countries. Not intended as a generalize study, but by the number of students who took part believe it can identify trends in applications.

Key words: *competences, media, television.*

<http://www.ugr.es/local/recfpro/rev151COL4.pdf>

“Ni la escuela puede vivir de espaldas a los medios ni la sociedad abandonarse alegremente en el placer pasivo de unos medios cada vez más seductores: la sociedad debe ser educada y la escuela debe ser reformada”. (José María Perceval, 2007, 4)

1. Justificación del problema y planteamiento

Las tecnologías de la Información y de la Comunicación han dado un giro total a la dinámica de las universidades, y en concreto al rol dominante y tradicional del profesorado. El profesor ha dejado de ser la única fuente del saber, y el alumnado por tanto ha dejado de ser también un depositario de información. El profesor actual debe dejar atrás las obsoletas prácticas pedagógicas y entrar en la tan necesaria apropiación y uso de las TIC en el currículo y en todo el proceso educativo.

Para Cebrián, M. (2003, p. 35) los profesores del futuro tendrán que adquirir una serie de competencias para hacer un uso adecuado de las TIC, y para ello deberán poseer conocimientos “sobre las diferentes formas de trabajar las TIC en sus contenidos y área específica; para desarrollar enseñanzas en diferentes espacios y recursos; organizativo y de planificación en el aula; dominio para la inserción de las técnicas y medios para la formación en cualquier espacio y tiempo que combine la formación presencial con la formación a distancia; y para la selección de materiales”. La afirmación del autor es coherente con lo que la UNESCO (2008) determina que son los ECT-DOC (Estándares de Competencias en TIC para Docentes, donde el organismo considera que conforme los estudiantes utilicen de manera permanente y adecuada las Tecnologías de la Información y de la Comunicación estarán más capacitados para adquirir los conocimientos, habilidades, destrezas y procederes acordes a las necesidades del Siglo XXI.

El docente debe dominar diversas técnicas y estrategias, utilizando también diversos medios y plataformas tecnológicas que diversifiquen y potencien el tiempo y el espacio que comparte con los estudiantes y alternen la aplicación de materiales didáctico-pedagógicos on-line y off-line.

Cabero, J.; Llorente, M. y Marín, V. (2010, p. 2) señalan que la capacitación docente en el uso de la Tecnologías de la Información y de la Comunicación debe tener una verdadera transformación, y ahondando en esta afirmación agregan, “debe superarse la visión de capacitación meramente instrumental para alcanzar otras dimensiones, tales como: la semiológica/estética, curricular, pragmática, psicológica, productora/diseñadora, seleccionadora/evaluadora, crítica, organizativa, actitudinal e investigadora. Asimismo, también sería conveniente realizarla sin olvidarnos de una serie de principios: el valor de la práctica y la reflexión sobre la misma, la participación del profesorado en su construcción y determinación, su diseño como producto no acabado, centrarse en medios disponibles para el profesorado, situarse dentro de estrategias de formación más amplias que el mero audiovisualismo, y alcanzar dimensiones más extensas como la planificación, diseño y evaluación, y fomentar la coproducción de materiales entre profesores y estudiantes”.

Las TIC tienen un gran potencial en la educación y para el profesorado, es por ello que la UNESCO (2008, p. 2) afirma que las TIC, utilizadas en un contexto educativo sólido, ayudan al docente a conseguir las siguientes capacidades:

“competentes para utilizar tecnologías de la información; buscadores, analizadores y evaluadores de información; solucionadores de problemas y tomadores de decisiones; usuarios creativos y eficaces de herramientas de productividad; comunicadores, colaboradores, publicadores y productores; y ciudadanos informados, responsables y capaces de contribuir a la sociedad”.

En todos los enunciados anteriores se engloba de manera holística las multicapacidades y habilidades que un docente debiera tener cuando utiliza de manera efectiva y crítica las TIC.

A pesar del gran potencial de las TIC continúa existiendo una resistencia de parte del profesorado, de todos los niveles, al uso de las TIC. Al respecto Guevara, H. (2010, p.2) sobre el profesorado universitario afirma que

“los profesores se resisten a la integración de la tecnología en sus prácticas de enseñanza, a pesar de las diversas estrategias de alfabetización tecnológica de parte de las universidades”.

Y agrega lo que esto significa en la siguiente aseveración,

“ésto representa un importante reto para la educación superior ante la conjunción de infraestructura, alfabetización tecnológica y disposición de los profesores a la integración de la tecnología, con líneas de investigación dominadas por las perspectivas económicas y políticas, con poco hincapié en el terreno social y cultural”.

Las resistencias del profesorado universitario, hacia el uso de las TIC en la docencia, son extensivas a todas las áreas, incluidas las que forman a los futuros docentes.

La relación de los profesores con las TIC, de todos los niveles educativos, viene marcada por una historia personal, su barrio, pueblo o ciudad, su época histórica, su clase social, los recursos económicos, sus experiencias,... El uso que da a los aparatos tecnológicos que de acuerdo a su nivel socio-cultural y económico se dan en su núcleo familiar, la radio, la televisión, el reproductor de música, computadoras, matizados por las vivencias intrafamiliares y de su micro contexto de amigos, compañeros, son llevadas hasta la edad adulta.

La disposición, la habilidad, el uso, las aplicaciones y el tratamiento que se le dé a la información recibida en los medios de comunicación, trascienden hasta el aula. Es decir que el “individuo social” denominado profesor, no es solamente aquél que se forma en la universidad, el bagaje previo influye, así como las vivencias personales y sociales que tiene con las TIC.

Regresando a la UNESCO (2008) y los estándares en competencias en tic para docentes, se especifican tres niveles de dominio de las TIC (a-noción básica de TIC, b- profundización del conocimiento y c- generación del conocimiento) a conseguir y que repercuten directamente sobre cinco componentes del sistema educativo: 1) Pedagogía, 2) Práctica y formación profesional de docentes, 3) Plan de estudios (currículo) y evaluación, 4) Organización y administración de la institución educativa y, 5) Utilización de las TIC.

Aducimos pues que con acciones bien planificadas y ejecutadas para conseguir los tres niveles, se tendrá un impacto, no solo en la práctica docente sino en todo el sistema educativo, y alcanzará con sus beneficios al ámbito social-cultura y económico de cada país.

2. Medios de comunicación y televisión

Los medios de comunicación ofrecen muchos servicios, tanto a la sociedad como a las personas. Además de servir como herramienta de ocio, diversión y entretenimiento, los medios de comunicación son claves para favorecer los gobiernos democráticos puesto que ofrecen información a los ciudadanos.

La participación ciudadana en las sociedades democrática está condicionada por sus posibilidades de participación en los asuntos públicos, y para ello además de marcos legislativos y sociales que lo permitan se necesita información. Esa labor informativa debe ser ejercida, fundamentalmente, por los medios de comunicación. Igualmente, deben servir de espacios para foros donde se expresen las diversas visiones sobre lo que afecta a la sociedad, y ejercer de control a través de la difusión de los abusos y corrupciones que pueden ser divulgados para que la ciudadanía pueda ejercitar su presión para exigir a los poderes públicos y a los políticos su eliminación.

Asimismo los medios de comunicación deben tener un compromiso con la transmisión de la cultura, la educación, y son un elemento muy poderoso en la socialización, especialmente en la etapa infantil, adolescencia y juventud porque en ellos se presentan valores, opiniones, formas de vida..., que influyen en la formación moral y ética.

El principal objeto de los medios de comunicación que está relacionado con la educación es la transmisión o difusión de información. Es por ello, conveniente que los estudiantes adquieran competencias relacionadas con la búsqueda, selección y tratamiento de la información. La *American Association for School Librarians* (2002, s. p.), propone nueve estándares (organizadas en tres categorías) de Competencias en Manejo de Información (CMI), las cuáles enunciamos a continuación con los estándares más vinculados al uso de la Televisión:

Competencia	Estándares
Competencia en el Manejo de Información	<ul style="list-style-type: none"> • El estudiante competente en el manejo de información accede a la información de manera eficiente y efectiva. • El estudiante competente en el manejo de información evalúa la información crítica e idóneamente. • El estudiante competente en el manejo de información utiliza la información de manera creativa y precisa.
Aprendizaje Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • El estudiante que aprende independientemente es competente en el manejo de información y se interesa por información relacionada con sus intereses personales. • El estudiante que aprende independientemente es competente en el manejo de información y valora la literatura y las otras formas de expresión creativa. • El estudiante que aprende independientemente es competente en el manejo de información y se esfuerza por alcanzar la excelencia en la búsqueda y generación de conocimiento.
Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> • El estudiante que contribuye positivamente a la comunidad de aprendizaje y a la sociedad es competente en el manejo de información y reconoce la importancia de la información en una sociedad democrática. • El estudiante que contribuye positivamente a la comunidad de

	<p>aprendizaje y a la sociedad es competente en el manejo de información y se comporta de manera ética en lo que respecta a la información y a las Tecnologías (TIC).</p> <ul style="list-style-type: none"> El estudiante que contribuye positivamente a la comunidad de aprendizaje y a la sociedad es competente en el manejo de información y participa efectivamente en grupos que buscan y generan información".
--	---

De acuerdo al Libro TUNING América Latina, en su reporte 2004-2007, hace una selección de las 81 competencias genéricas a todos los estudiantes universitarios, entre las que más se relacionan con el compromiso que el docente tiene ante el contacto con la información que se origina en los medios masivos de comunicación (radio y televisión), destacamos las siguientes:

Competencia	Estándares
Categoría vinculada a la Ciudadanía/compromiso social/democrático, etc.	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso ciudadano Actuar con sentido de ciudadanía, vocación de servicio público y equidad Valorar la cultura democrática y su convivencia Capacidad de ser ciudadano solidario y comprometido con la realidad y las necesidades de la sociedad Capacidad para ser actor del cambio participando en forma democrática y responsable en los procesos de transformación del país Compromiso social Capacidad para intervenir en la política pública Compromiso con la comunidad y la sociedad
Categoría vinculada al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso ante los derechos humanos y de convivencia democrático, así como la preservación del medio ambiente Responsabilidad social: capacidad de servir al bienestar social y ambiental, así como a la resolución de los problemas de interés nacional
Categoría de relación con el contexto/entorno	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento del medio socio-cultural en el que se está inserto. Habilidad para situar acontecimientos y procesos en el tiempo. Capacidad de analizar la realidad regional, nacional e internacional. Preservación y valoración de la identidad cultural de origen en el marco de la cultura universal. Aprender a percibir las necesidades de su entorno".

Sin lugar a dudas, el medio de comunicación que más impacta, en las etapas que hemos señalado, es la televisión. Ésta junto a Internet son los medios de comunicación más utilizados por la infancia y adolescencia y juventud.

Cebrián, M. (2000, p. 156) plantea tres objetivos que deben de trabajarse en los centros educativos, respecto a la televisión, con la finalidad de formar adecuadamente a los estudiantes y conseguir que lleguen a ser personas adultas críticas y formadas, estos son:

1. “Desarrollar programas para que los estudiantes comprendan ¿cómo funciona y cómo se producen los mensajes en la tv?
2. Procurar llegar a capacitar en la comprensión de los mensajes televisivos, conociendo ¿qué significados provoca en nosotros y en los demás?
3. Desarrollar una metodología activa con los medios y a través de ellos. Es decir, cómo podemos nosotros hacer mensajes televisivos?”.

Las posiciones de Cebrián (200) se concretan, de este forma, afrontando el tratamiento de la televisión desde dos puntos o posiciones complementarios: el tratamiento de la televisión como objeto de aprendizaje y la creación de mensajes o productos audiovisuales, en soporte vídeo, para pasar de un receptor pasivo de productos a un emisor. Esta capacidad de que todos los ciudadanos se puedan convertir en productores y emisores de productos en vídeo, se ha facilitado mucho por la disminución de coste de los equipos; la simplicidad de las herramientas para el tratamiento de las imágenes y sonidos; y la existencia de espacios en Internet para colocar o subir vídeos de forma sencilla y gratuita. La posibilidad de que ciudadanos puedan compartir imágenes fijas (fotos) y en movimiento (vídeos) que pueden ser vistos en todo el mundo ha revolucionado toda la sociedad, y ha potenciado la creación internacional de redes de ciudadanos que están en la base de muchas de las movilizaciones contra las políticas y gobiernos, especialmente en los sucesos de los países del Magreb y en los movimientos sociales de España de mayo de 2011.

Si se debe propiciar que todos los ciudadanos y estudiantes adquieran estas capacidades en materia de televisión para conseguir que sean críticos, activos y creativos, es evidente que ello debe determinar que en el sistema educativo se propongan competencias relacionadas con estas capacidades y que al profesorado se le forme en las universidades y a través de la formación permanente en estas materias.

Al estudiar la televisión conviene conocer su evolución y perspectivas futuras. No podemos ignorar que este medio, ha sufrido una gran transformación desde hace varias décadas. Tanto en Europa como en España, la televisión tuvo un carácter público, y de forma generalizada su propiedad era estatal. En los años 80 comenzó, sin perder el carácter de servicio público, la autorización de canales televisivos privados lo que introdujo una mayor competitividad en el medio, para tener un mayor nivel de audiencia. Esta guerra por atraer espectadores se hizo, en bastantes ocasiones, a partir de la década de los 90, ofertando programas que explotaban aspectos eróticos, violentos y de ciudadanos que exponen sus vidas para ser observadas, criticadas,..., delante del público. Estos abusos movilizaron a las autoridades y ciudadanos, e incluso a los propios canales televisivos para crear códigos éticos, que con frecuencia los mismos firmantes incumplen por garantizar su negocio. Con el abaratamiento de los costes de producción y de emisión de la televisiones por la tecnología digital y por internet, la lucha por la audiencia y por los ingresos televisivos se ha hecho más dura y el negocio televisivo ha entrado en crisis, produciéndose a la vez la creación de cadenas y la desaparición o absorción cadenas televisivas privadas más antiguas.

La televisión digital también ha producido la aparición de canales temáticos, muchos de ellos con carácter cultural y educativo que pueden ser recursos muy positivos e interesantes para los centros educativos y para mejorar el nivel educativo de los ciudadanos a través de la difusión del conocimiento. Igualmente, se están ofreciendo paquetes o bloque de canales de pago a los ciudadanos, dándose el fenómeno que muchos de los canales ofertados en los distintos países son los mismos, especialmente en los países Iberoamericanos.

En cuanto a los estudios sobre el uso de la televisión, la mayoría de las investigaciones tienen fundamentalmente un componente empresarial, y se centran en el

nivel de audiencia de los programas televisivos y sirven además para establecer los precios de los anuncios publicitarios.

Igualmente un tema que a atraído poderosamente la atención de los investigadores ha sido la relación entre violencia en la infancia y juventud y su posible relación con los programas televisivos y el tiempo que los jóvenes y niños usan la televisión entre las que destacamos las Cabero y Romero (2002), Ramírez (2007) y SanMartín (2009).

La utilización de la televisión por jóvenes y estudiantes universitarios, es poco estudiada porque tiene unas fuertes limitaciones debido a que los estudios se hacen rápidamente antiguos. Entre las investigaciones publicadas son de interés la de Almansa, A. (2005), sobre estudiantes de la Universidad de Málaga que se centra fundamentalmente en la valoración de programas televisivos (como Los Serranos) concretos y de las cadenas televisivas de España.

En el *proyecto Atalaya*, Ortega y Cazorla (2006) publican una investigación realizada con 370 estudiantes universitarios granadinos. Entre los datos destacan que los programas televisivos que mayor aceptación tienen entre los estudiantes son los informativos, las películas y las series televisivas, con una gran diferencia con respecto a los otros tipos de programas.

Sierra y Sotelo (2010), investigaron los usos y preferencias televisivas de estudiantes de las Facultades de Comunicación. El estudio lo realizaron, en el curso 2008-09, con una muestra de 237 estudiantes de tres universidades españolas. Entre sus datos destaca que los estudiantes creen que función principal de la televisión es entretener, con una gran diferencia sobre informar. Entre sus programas preferidos, en primer lugar, están los informativos, y con una notable diferencia los programas dramáticos, la publicidad y los deportivos.

Finalmente, Medrano, Airbe y Palacios (2010) publican, con datos obtenidos entre los años 2006 y 2007, una investigación en la que participan 178 universitarios guipuzcoanos. Las preferencias televisivas de estos estudiantes son en primer lugar las películas, con muy poco diferencias con las series televisivas, y en tercer lugar los informativos.

A pesar de algunas coincidencias, y de las limitaciones que hemos mencionado en cuanto a lo efímero de los datos, creemos que nuestra investigación contribuye al debate y construcción científico en esta temática aportando datos de una muestra muy amplia de estudiantes, que pertenecen a cinco países distintos y cursan estudios universitarios en distintas modalidades (presencial, semipresencial y a distancia). La amplitud de la muestra y su diversidad, nos pueden alumbrar datos sobre si efectivamente se está produciendo una homogeneización de la población estudiantil universitaria en los usos y preferencias televisivas. Además al ser estudiantes de Educación, nos interesaba conocer el uso de la televisión y sus tecnologías auxiliares en sus actividades de aula, en los apartados siguientes se expondrán los métodos y resultados.

3. Método

La investigación que se presenta aquí es un estudio descriptivo, basado en una metodología de encuesta (metodología survey). Se creó un cuestionario específico para la

investigación, que fue administrado a una muestra útil de 1945 alumnos pertenecientes a las titulaciones de Educación de cinco países (Argentina, Chile, España, México y Perú).

El proceso de construcción de la muestra se inició contactando con diversos centros universitarios que ofertan enseñanzas vinculadas a las Ciencias de la Educación: Pedagogía, Psicopedagogía, Magisterio, Pedagogía terapéutica, etc. Una vez obtenido el compromiso de los centros, se les solicitó que su alumnado cumplimentase el cuestionario. El proceso de elección de los grupos de alumnos fue incidental, a partir de la disponibilidad de los docentes que habían aceptado colaborar en el estudio.

Para el estudio se utilizó un cuestionario ad-hoc. Para su elaboración el equipo de investigadores propuso, inicialmente, una serie de tópicos de interés relacionados con el uso y consumo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). A estos se unió el nivel de conocimiento en la utilización de recursos informáticos, sobre todo de software. Tras definir los temas básicos se realizó una propuesta inicial de ítems sobre cada uno de ellos. Finalmente se propuso un cuestionario de 38 preguntas, que incluía 247 variables. En el mismo se incluyen distintos tipos de preguntas, sobre todo escalas de apreciación (poco-mucho, 1-5) y preguntas de elección múltiple. El cuestionario se realizó con la aplicación LimeSurvey.

Se realizó un estudio piloto con un pequeño grupo de todas las Universidades, excepto la de Catamarca. Esta revisión puso de manifiesto la necesidad de cambiar algunas palabras, que no siempre son utilizadas con el mismo sentido en todos los países. Después de concluir esta fase de corrección, se pasó a administrar el cuestionario en los centros.

El proceso de recogida de información se prolongó durante 2 meses (mayo-junio de 2010). Los docentes solicitaron a sus alumnos que cumplimentasen el cuestionario durante la realización de alguna de las clases, o cuando tuviesen tiempo libre. Periódicamente se revisaba el número de cuestionarios de cada centro para asegurar el cumplimiento de los plazos y tratar de que todas las contestaciones se recogiesen lo más cercanas en el tiempo.

Sobre los datos recogidos se ha realizado un análisis estadístico descriptivo. El análisis de frecuencias se ha realizado sobre el total de encuestados, evitando hacer referencia exclusivamente a los porcentajes válidos. De esta forma se puede observar fácilmente la baja proporción de deserciones a lo largo de los ítems. Para el análisis de posición se ha utilizado el estadístico mediana por su coherencia con el nivel de medida ordinal, establecido en la mayoría de las variables. Para el análisis se ha utilizado el paquete informático SPSS ver. 17.

3.1. Datos generales (datos sociodemográficos)

Los centros participantes fueron los siguientes: 1. Universidad Nacional de Catamarca (Argentina), 2. Universidad Nacional de Cuyo (Argentina), 3. Universidad de Santo Tomás (Chile), 4. Universidad de Málaga (España), 5. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México), 6. Universidad de Guadalajara sede de CuValles (México), 7. Universidad de Guadalajara Universidad Virtual (México), y 8. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Perú).

Las Universidades que han participado en el estudio son en su mayoría públicas, pero hay también dos privadas la Universidad Santo Tomas de Chile que tiene 9.561 estudiantes y la Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo (Perú) con 6.560 estudiantes. En estos dos países la

presencia y relevancia de las de Universidades privadas es superior a las de Argentina, México y España.

La Universidad de Santo Tomas, tiene tres sedes en distintas ciudades donde se cursan estudios de Educación. Los estudiantes de la Universidad de Santo Tomás (Chile) de Educación en las sedes son: en Santiago de Chile (1020), en La Serena (717)) y en Puerto Mont (353). Los centros con número 6 y 7, pertenecen a la Universidad de Guadalajara.

En total la población de interés estaba compuesta por 10.077 alumnos. La muestra incidental que finalmente se obtuvo fue de 1.945 alumnos, lo que supone un 19,33% de la población. La distribución poblacional y muestral por centros se ofrece en el gráfico 1.

Al observar la distribución de la muestra en las Universidades contemplamos que tanto la Universidad de Catamarca (Argentina) con 27 alumnos (11.54% de la población) , como la de Santo Toribio (Perú) con 23 (15.97%) de la población, son muestras muy pequeñas, ya que tienen una población de estudiantes de Educación muy pequeña. Por ello los resultados de estas Universidades se tienen en cuenta para el total de la muestra, pero de ellos es muy arriesgado inferir conclusiones con tan pocos estudiantes.

La población de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez tiene 813 estudiantes, y la muestra está compuesta por 166 (20,42%); la población de la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina) es 677 y la muestra de 119 (17,57%), la población de la Universidad de Málaga 3.726 estudiantes y la muestra de 443 (11,89%) y la población de la Universidad Santo Tomas es de 2.168 estudiantes y la muestra 201 (9,27%). Por último, destacamos los altos porcentajes de la poblaciones de los Centros de la Universidad de Guadalajara, que creemos que se deben a la mayor internalización del uso de las TIC de los alumnos para contestar cuestionarios on-line en Internet, ya que el Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara tiene un sistema semipresencial, la población es 400 estudiantes y la muestra 144 (36%) y el Sistema de Enseñanza Virtual de la Universidad de Guadalajara, tiene enseñanza a distancia, la población es 1915 y la muestra 822 (42,92%).

La mayoría de participantes, en todas las Universidades, son mujeres 1.472 (75,7%) y hombres 472 (24,3%). En todas las Universidades las mujeres son mayoría muy amplia, excepto en Santo Toribio (Perú), pero como hemos comentado anteriormente la muestra es muy pequeña.

En la muestra se han incluido alumnado de tres modalidades de enseñanza: presencial, a distancia, y semipresencial. Los alumnos de la modalidad a distancia pertenecen a las Universidades de Catamarca y a la Universidad de Guadalajara (Sistema Virtual); los semipresenciales al Centro Universitario de las Valles de la Universidad de Guadalajara y el resto son alumnos presenciales. El 48,94% de la muestra pertenece a la modalidad presencial, un 43,7% a la modalidad a distancia, y sólo un 7.36% a la modalidad semipresencial.

La mitad de los participantes tienen menos de 26 años (mediana=26,025) con una desviación típica de 1,898. No obstante conviene resaltar que la mediana del alumnado del sistema a distancia está en el intervalo de edad de 36-40 años, y el del alumnado semipresencial y presencial en el intervalo de 21-25 años.

Las frecuencias mayores o modas están, en la Universidad de Málaga y en la Universidad Santo Tomás de Chile, en el tramo de 20 años y menores, aunque en Málaga hay una diferencia de solo 6 estudiantes con el tramo de 21-25 años.

La moda en las enseñanzas presenciales corresponde al tramo 31-35 en la Universidad de Catamarca y 36-40 en el Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara. Las modas en las otras 4 Universidades están en el tramo de edad de 21-25 años. A continuación se exponen los datos, de edad, en la tabla 1.

Tabla 1. *Distribución por centros y edades (en frecuencias)*

Universidad	<20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46<
1	0	0	4	10	7	3	3
2	16	68	14	4	6	5	6
3	111	80	4	3	1	1	1
4	167	161	48	35	19	8	5
5	35	98	18	8	4	0	3
6	48	63	7	9	13	2	2
7	16	92	141	139	168	133	133
8	4	12	4	2	1	0	0

4. Resultados

Dado que, dentro de las competencias TIC tenemos la producción de materiales audiovisuales como forma de comunicación, expresión y espacio para la creatividad, se ha preguntado a los estudiantes si utilizaban programas de grabación, edición y conversión de vídeo.

La pregunta ha sido respondida por un total de 1.744 estudiantes que corresponden al 89,7% del total de la muestra. Las respuestas reflejan que el 43,3%, de los que responden, no utiliza "nunca" estas herramientas, y el 36,6% lo usa "ocasionalmente"; el 14,2% lo hace "algunos días", y unos porcentajes muy pequeños el 4,2% los usa "casi todos los días" y el 1,7% "lo hace a diario".

Teniendo en cuenta su posible utilización, como herramienta de trabajo para los estudiantes de educación, valoramos negativamente que el 43,3% no use nunca estas herramientas, frente al 56,7% que los usa, aunque sea ocasionalmente.

Para complementar esta información le preguntamos al alumnado para qué utilizaba los programas de grabación, edición y conversión de vídeo. La respuesta con mayor frecuencia, 419 estudiantes (21,5% de la muestra), fue "para hacer trabajos académicos". Este dato nos indica que dentro de la formación universitaria parte del profesorado les está animando, valorando o exigiendo el uso de estas herramientas. Además destaca que el 19,3%

lo usa como herramienta de ocio, ello indica que han incorporado estas tecnologías de tratamiento de información audiovisual a su vida cotidiana.

¿Televisión por internet o tradicional?

Es interesante saber no sólo si ven la televisión, sino el lugar donde suelen verla y la frecuencia. A los alumnos se les ofrecieron 6 opciones o lugares donde podía ver la televisión, combinando con la posibilidad de ver la televisión en Internet o con la televisión tradicional.

La mayoría de los encuestados no consumen televisión por internet, y sólo lo hace de forma continua el 3.6% del alumnado. Predomina el uso de la televisión en casa a través de un aparato tradicional, 45,4% lo utiliza “a diario”. Queremos destacar también que sólo el 1,6% del alumnado afirma que “nunca” ve la televisión tradicional, pero no sabemos si los que no ven la tv tradicional es porque no ven televisión o lo hace por Internet, puesto que también el 1.6% de los estudiantes ve a diario la televisión en Internet. El 7,7 de los estudiantes sólo ve la televisión “ocasionalmente”. Lo que confirma que la televisión tradicional es un potente medio de comunicación para el alumnado de Educación.

¿Dónde y con quién ven televisión?

Los aparatos de televisión tenían un elevado precio, y el poder adquisitivo y las costumbres de las familias y de los ciudadanos era tener un televisor que solía ubicarse en un lugar destacado de la casa y donde pudiese ser compartido por todos. El ver televisión se convirtió de esta manera en un acto social en la mayoría de las familias, aunque hay críticas sobre que la irrupción de las televisiones en los lugares destacados, impedían otro tipo de relaciones familiares y afectaba a la comunicación familiar.

Dos fenómenos que han ocurrido, especialmente en la última década, han incorporado un par de variables respecto a los aparatos de televisión. Por un lado, de manera generalizada, hasta la crisis de 2008, la mayoría de los países habían visto relanzadas sus economías, y ello había favorecido el empleo y la mejora del poder adquisitivo de la mayoría de las familias. Junto a este dato, también se ha producido un abaratamiento de los aparatos de televisión, y la aparición de nuevos modelos con prestaciones cada vez mejores (televisión digital, plasma, en tres dimensiones, etc.). Muchos de los viejos televisores no se tiraban, y comenzó a aumentar el número de televisiones que fueron ocupando nuevos lugares menos comunes como las habitaciones, especialmente de los jóvenes y niños.

El debate antiguo sobre si la televisión aísla o socializa a las personas se ha ido de esta forma complejizando, porque si bien es cierto que ver televisión con familiares y amigos puede hacer que estos se ignoren, también es cierto, que hacer estas actividades juntos puede dar lugar a comentar las noticias, documentales, series, novelas, cine, convirtiéndose en una fuente de conversación, y de compartir opiniones, gustos estéticos,...

El debate en cierto modo es irresoluble, porque efectivamente en unas familias o con algunos amigos la televisión puede bloquear las relaciones sociales y en otros puede ser una ocasión para juntarse y socializar. Pero qué pasa con nuestros estudiantes, ¿ven la televisión solos?. Podemos observar, en la tabla 2, como el 10,,9%, ve “a diario” o “casi todos los días” la televisión con familiares o amigos (en Internet o con televisión tradicional), y el 19.5% no lo hace nunca, es decir, ve la televisión solo. También queremos resaltar que la valoración más frecuente (moda) es ver la televisión tradicional “ocasionalmente” con amigos o familiares.

La mayoría de las respuestas, de ver televisión con amigos o familiares, se sitúan en la opción “nunca” y “ocasionalmente” que acumulan el 52%, frente al 29.5% que optan por las opciones “algunos días”, “casi todos los días” y “a diario”. Con lo que podemos concluir que el uso de la televisión en nuestros estudiantes se ha inclinado hacia un uso de la televisión más individualizado.

Tabla 2. Consumo de televisión (en porcentaje)

	Nunca	Ocasionalmente	Algunos días	Casi todos los días	A diario	Mediana
Internet	55,1	16,8	6,2	2	1,6	1
Tv tradicional	1,6	7,7	10,9	15,8	45,4	5
En internet con amigos	64,3	12,8	3,3	0,7	0,4	1
TV con amigos	19,5	32,5	18,7	3,9	6,9	2
Internet en la Universidad	75,4	4,5	1	0,4	0,2	1
TV en la universidad	74,4	5,4	1,2	0,4	0,2	1

¿Televisión de pago o gratuita?

La televisión tradicional ha pasado de ser gratuita, a ofertarse en canales de pago y estos se han implantado en los cinco países a los que pertenecen la población de estudiantes de nuestra investigación. Dentro de nuestro estudio teníamos interés en conocer la penetración de estos canales en los universitarios que estudian Educación y los principales resultados que hemos encontrado son:

La pregunta fue respondida por el 81,3% de la muestra. El 34,2% de los estudiantes (42% de los que contestan) consumen canales de televisión gratuito “a diario”, y si añadimos el 14% de los que la ven “casi todos los días”, nos da el 48,2% de los que contestan. Solo el 6,2% de los estudiantes no ve “nunca” la televisión gratuita, si le añadimos los que la ven “ocasionalmente” (el 13,7%) tendremos que el 19,9% o no ve los canales gratuitos o lo hace sólo ocasionalmente.

Con relación a los canales de pago, contesta el 81,3% de la muestra y existen dos posiciones totalmente contrarias, en las que se concentran las respuestas con mayor porcentaje, así el 29,7% de la muestra y el 36,5% de los estudiantes de los que contestan contestan “nunca” ven televisión de pago, frente a un 20,5% de la muestra y el 25,2 de los que contestan la consume “a diario”. El 8,9% del alumnado (muestra) afirma que “ven casi todos los días” los canales de pago. Vemos que el porcentaje es menos de la mitad de los que la ven a diario, esto significa que los que se suscriben a los canales de pago, lo hacen porque lo van a usar, preferentemente, “a diario”.

Tomando en cuenta, no la muestra, sino los datos de los estudiantes que han respondido, es decir, el porcentaje válido de respuestas, nos encontramos con diferencias en los distintos países. Así nos encontramos que el 58,7% de los estudiantes de España “nunca” ven canales de pago, frente al 11,5% que lo ven “a diario”, en Perú también son mayoría los que no ven “nunca” estos canales (42,1%) en contraste con los que lo ven “a diario” el 15,8%. En los otros tres países es mayor el porcentaje de estudiantes que ven los canales de pago “a

diario", Argentina con un 32,26%, Chile con un 31,5% y México con un 30,09%. Como podemos observar la penetración de los canales de pago en estos tres países es muy similar, frente a la menor de España y Perú.

Respecto al uso de ver la televisión tradicional en función de los países, no hay diferencias significativas, y la respuesta más frecuente (moda) en todos los países es "a diario", y la de menor frecuencia "nunca". Pero si observamos pequeños matices, en México, ya que aunque globalmente dan las misma repuestas como país que los demás, nos encontramos que la menor frecuencia corresponde a "nunca" en los tres centros Universitarios, pero los que pertenecen a la enseñanza virtual de la Universidad de Guadalajara tienen la moda en "a diario", para los estudiantes presenciales de la Universidad de Ciudad Juárez y los semipresenciales del Centro Universitario de los Valles (Universidad de Guadalajara), la moda es "algunos días".

Tipos de programas que ven los estudiantes y con qué frecuencia

Respecto a los tipos de programas de televisión que ven nuestros estudiantes (ver tabla nº 3), en primer lugar queremos señalar que la pregunta es contestada por el 81,1% (1.577 estudiantes) de la muestra. Los más consumidos son los relacionados con la información. Así, el 45,8% del total de la muestra (56,5% de los que han contestado), suele ver informativos "a diario" (el 26%) o "casi todos los días" (19,8%). En las posiciones contrarias nos encontramos que no ven "nunca" los informativos el 2,5% de la muestra, y "ocasionalmente" el 12%. Aunque los porcentajes son bajos, tenemos que tener en cuenta que los profesionales de la Educación, deben trabajar de forma educativa con los medios de comunicación, y difícilmente se puede trabajar cuando no se conoce bien un medio.

La opción de ver informativos a "diario" es la mayoritaria (moda), tanto en hombres como en las mujeres, igualmente la opción "nunca" es la minoritaria en los dos sexos.

Por tanto, podemos concluir que casi la mitad de nuestros estudiantes afirman ver los informativos, "a diario" o "casi todos los días" lo que significa que están interesados por estar bien informados, igualmente el porcentaje de "algunos días" el 20,7% es alto. No obstante, es preocupante, no por ser un porcentaje muy alto, sino por ser estudiantes universitarios que estudian Educación que 14,5% de los estudiantes solo vea los informativos "ocasionalmente" o "nunca".

Teniendo en cuenta la edad y el consumo de programas informativos, nos encontramos que la opción "nunca" es la que tiene menor frecuencia en todos los intervalos de edad, y que la suma de las respuestas "casi todos los días" y "a diario" es mayoritaria en todos los tramos de edad. No hay unas diferencias significativas, pero si resaltamos que en el tramo de edad de menores de 20 años, la moda es "algunos días", y que en los tramos de mayor edad hay un mayor porcentaje de respuestas "a diario". Por lo que concluimos, que aunque la diferencia no es significativa, hay una tendencia más frecuente a estar informado "a diario" en los mayores de 30 años.

En todos los países, las respuestas con mayor frecuencia, respecto al consumo de informativos, es la de "a diario". Por lo que, podemos concluir que en los estudiantes de Educación, la opción de ver programas informativos "a diario" es la respuesta más frecuente, independientemente de la edad, sexo, o nacionalidad.

Por su parte, los documentales, series televisiva y, cine son los otros programas más vistos por los estudiantes, , teniendo una moda en la respuesta "algunos días". Respecto a los

documentales en todos los países, la moda es “algunos días”, excepto en España que la moda es “ocasionalmente”. No hay diferencias, en el consumo de documentales relacionada con la edad de los estudiantes, el sexo, ni modalidad de estudios (presencial, semipresencial y a distancia)

Respecto al cine la moda es “algunos días”, en los dos sexos, en todos los intervalos de edad, modalidades de estudios y países.

Por último, los programas que menos se consumen son los concursos, las telenovelas, los programas de información deportiva y retransmisión deportiva. Programas deportivos edad “nunca”, excepto tramo 7 que ocasionalmente. Los programas televisivos “concursos”, “programas musicales” y “magazines o programas de entretenimiento” son vistos “ocasionalmente” por los estudiantes de Educación.

Los programas que generan más rechazo, y que tienen como moda la respuesta “nunca” son los programas de información deportiva con un 31,8%, las telenovelas con un 38,5% y las retransmisiones y transmisiones deportivas con un 40,4%. La presencia de estos tipos de programas en los canales televisivos es importante, pero genera poca aceptación en los estudiantes de Educación.

No obstante, en los programas de información deportiva tenemos una diferencia, ya que los estudiantes de sexo masculino optan por la respuesta “ocasionalmente”, frente al sexo femenino que opta por “nunca”.

Tabla 3. *Programas de televisión (en porcentaje)*

	Nunca	Ocasionalmente	Algunos días	Casi todos los días	A diario	Mediana
Concursos	23,5	35,2	16,5	3,8	2,2	2
Informativos	2,5	12	20,7	19,8	26	4
Documentales	7,1	23,1	31,3	12,4	7,1	3
Dibujos	19	33	18	6,4	4,7	2
Series	10,9	22,4	24,9	12,9	10	3
Telenovelas	38,5	19	9,2	6,9	7,5	2
Cine	6,3	23,3	33,9	12,1	5,3	3
Música	17,5	33,7	19,8	6,2	3,9	2
Información deportiva	31,8	24,8	12	6,2	6,2	2
Eventos deportivos	40,4	21,2	11	5	3,4	2
Entretenimiento	19,7	31,5	18,9	7	4	2

Dentro los tipos de programas debido a su gran variedad, profundizamos más en tres tipos de programas las series televisivas, las telenovelas y las retransmisiones deportivas o eventos deportivos.

Las series de televisión, tal y como hemos visto, tienen una buena aceptación entre el alumnado. Las preguntas sobre las series de televisión han sido contestado por el 80,9% de la

muestra y sólo el 12,8% de los estudiantes que contestan afirman que no las ven “nunca” las series nacionales, el 27,8% las ve “a diario” o “casi todos los días”, y el 26,4% las consume “algunos días”.

Respecto al consumo de series televisivas de otros países de habla española, las respuestas de los estudiantes que contestan, nos muestran que el 9,4% de los estudiantes las ve “a diario” o “casi todos los días”, el 21,3 “algunos días”, el 33,9% “ocasionalmente” y el 35,3% “nunca”.

Las series de países de habla inglesa seguidos tienen una mejor aceptación que las series de otros países de habla española, pero inferior a la series nacionales. De los datos de las series inglesas destacamos que el 30,5% no las ve “nunca”, que el 22,5% las ve “a diario” o “casi todos los días” y el 22,6% las ve “algunos días”.

Las telenovelas nacionales tienen un rechazo del 44% de los estudiantes que responden a este pregunta (han respondido el 81% de la muestra), frente al 12,2% que las ve “a diario” y el 7,4% que las ve “casi todos los días”. El 12,9% las ve “algunos días”. Las telenovelas de otros países de habla española, no son vista “nunca” por el 67% del alumnado que ha respondido a esta pregunta, y son vistas “a diario” o “casi todos los días” por el 6,6%.; y además la ven “algunos días” el 7,3%. En cuanto a las telenovelas de países de habla inglesa, nos encontramos con un rechazo casi generalizado, el 84,5% de los que han respondido la pregunta “nunca” las ven, y solo 2,3% las ve “a diario” o “casi todos los días”.

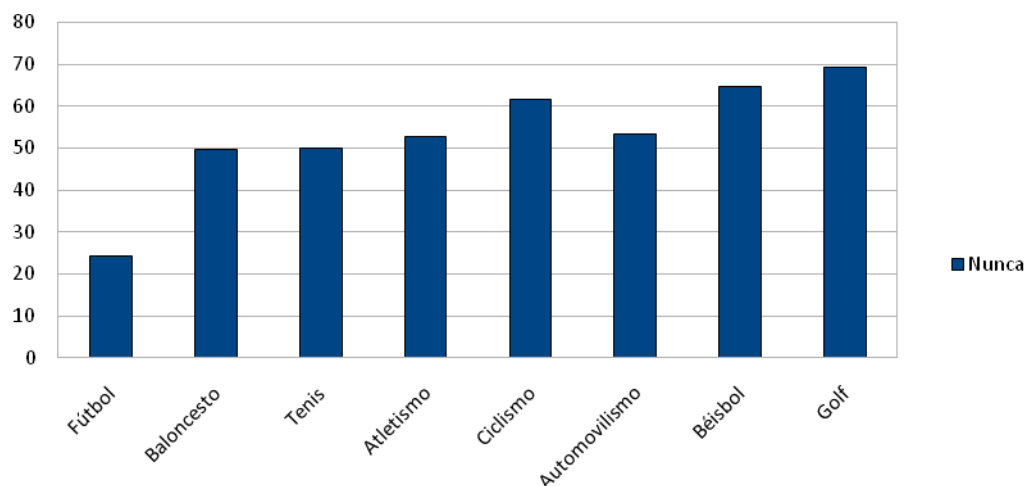
Con los datos señalados concluimos que las telenovelas tienen un fuerte rechazo en el alumnado de Educación, aunque tienen seguidores; y que los estudiantes prefieren las telenovelas producidas en su propio país, y muy por debajo de ellas las realizadas en otros países de habla española, y de forma muy marginal las realizadas en lengua inglesa.

Las preguntas sobre retransmisiones deportivas han sido contestadas por el 81% de la muestra. De las respuestas destaca que una amplia mayoría nunca ve ninguna retransmisión deportiva, pero hay diferencias en función de los deportes. Teniendo en cuenta que las competiciones deportivas tienen calendarios que afectan a la periodicidad y que son muy distintos entre ellos, las respuestas que hemos usado en todo el cuestionario no se adecua bien a esta realidad, es por ello que para interpretar mejor las respuestas hemos agrupado las respuestas “a diario”, “casi todos los días” y “algunos días” que las agrupamos como que les gusta ver retransmisiones de ese deporte con asiduidad. Los datos de los distintos deportes (ver gráfica 4)son:

El fútbol es visto “ocasionalmente” por el 28,5% de la muestra, el 28,3% lo ve “con asiduidad” y 24,3% elige la opción “nunca”. Vemos que los porcentajes de las tres opciones están muy cercanos, pero que teniendo en cuenta la gran trascendencia mediática que tiene el deporte del fútbol a nivel mundial es significativo que haya un rechazo del 24,3% que nunca ve televisión.

La frecuencia mayor (moda) de las respuestas de los estudiantes sobre las retransmisiones deportivas de todos los deportes es “nunca”. De los deportes en los que se les ha consultado, los que generan más rechazo son el golf con un 69,3% de la muestra, el béisbol con un 64,7% y el ciclismo con el 61,3%. Con unos porcentajes cercanos al 50 por ciento, están los otros deportes: baloncesto con el 49,8%; tenis con un 50,1%; atletismo con un 52,6% y automovilismo con un 53,2%.

Si tenemos en cuenta los deportes que los estudiantes ven “con asiduidad”, vemos que los deportes con más seguidores coinciden bastante con los menos rechazados. Los datos son: baloncesto con el 13,2%; tenis con un 11,2%; automovilismo con un 10,7%; atletismo con un 7%; béisbol con un 6%; ciclismo con un 3,9% y golf con 2,1%.



Gráfica 1. Porcentaje de opción “nunca” con relación a consumo de transmisiones deportivas

4.5. Vídeo, televisión, y Universidad

Para finalizar planteamos una serie de preguntas a los estudiantes relacionando la televisión y el vídeo con sus experiencias universitarias y sus expectativas.

Sobre los recursos que utilizan los profesores para fomentar el uso de las TIC en su formación, el 44% de los estudiantes han contestado que los profesores proyectan películas, vídeos, documentales; el 8,3% que les solicitan entrevistas con cámaras de vídeo, y el 17,5% que les solicita editar imágenes y vídeos.

En cuanto, a qué recursos relacionados con estas tecnologías, les gustaría a los estudiantes que le facilitase su Universidad para su uso en su formación académica, las respuestas del alumnado ha sido: el 38% quería grabadoras de audio y vídeo y el 27,5% televisores y reproductores de DVD.

Por último, le planteamos qué formación, relacionada con esta tecnología, te gustaría que te facilitase tu Universidad. Las respuestas han sido el 47,8% desea cursos sobre creación de retoque de imágenes y el 55,8% cursos sobre creación y edición de vídeos.

5. Discusión y conclusiones

Hemos estudiado las posibles correlaciones que puede haber en función del sexo, y hemos encontrado que no hay diferencias significativas vinculadas a ser hombre o mujer. Es decir, nos encontramos que los estudiantes de Educación, independientemente de su sexo, hacen de forma genérica los mismos tipos de usos y tienen las mismas expectativas sobre el uso de las tecnologías relacionadas con la televisión.

En cuanto a la edad, tampoco hemos encontrado diferencias, ni correlaciones por lo que podemos afirmar que el alumnado que ha optado por estudios vinculados a la Educación tiene los mismos usos y opiniones sobre los medios estudiados, independientemente de su edad.

Otra de las preguntas era si el uso dependería del país, igualmente no hemos encontrado apenas diferencias relevantes, entre el alumnado de los cinco países (México, Perú, España, Chile y Argentina). Y por último, tampoco hay diferencias significativas en función de la modalidad de estudios: semipresencial, presencial o a distancia.

Concluyendo, hay una tendencia a un uso y opinión sobre los medios estudiados que no depende del sexo, edad, país de residencia, Universidad en la que se estudia, o modalidad de estudios elegido, lo que nos indica que efectivamente se está produciendo una homogeneización, de la población de los estudiantes de Educación, respecto al uso de la televisión y las tecnologías relacionadas con ellas.

Además queremos destacar que los estudiantes de Educación siguen consumiendo más televisión pública que de pago, y que hay una mayor penetración de la televisión de pago en México, Argentina y Chile.

Que el principal uso que le dan los estudiantes a la televisión es el informativo, y que también destaca la buena aceptación del cine y los documentales. Ello nos indica las preferencias de los estudiantes de la Educación por la información y la cultura, que es totalmente coherente con la opción profesional que han escogido.

En cuanto al uso de la televisión más vinculado al ocio, destaca la mayor aceptación de las series televisivas. Dentro de ellas los estudiantes se inclinan por las series producidas en su país, igual que en las telenovelas, aunque las telenovelas tienen una aceptación muy minoritaria.

Sorprende la poca aceptación de los programas informativos deportivos, de las retransmisiones y programas de entretenimiento, ya que un alto porcentaje de estudiantes no los ve "nunca". Ello manifiesta que no quieren invertir su tiempo en ver estos programas, es decir, que no les gusta.

Entre las retransmisiones deportivas, se confirma, la gran supremacía del fútbol, aunque el porcentaje que no lo ve "nunca" es muy elevado. Los otros deportes tienen una penetración bastante pequeña en los estudiantes de Educación.

Las expectativas de los estudiantes y sus opiniones sobre los usos del profesorado nos indican, que estas tecnologías tienen ya una presencia importante en las Universidades estudiadas y que los alumnos tienen mucho interés en el acceso a estas tecnologías y en el aprendizaje de su manejo.

Los datos de nuestra investigación, coinciden en parte con las investigaciones realizadas con estudiantes universitarios en España que hemos señalado en este artículo en la importancia que le dan a los informativos, en todos menos en los estudiantes de Guipuzcoa es su opción preferida. También coinciden en apreciar y valorar la películas y las series televisivas.

No obstante, si queremos resaltar una diferencia importante, entre los resultados de nuestro estudio y las otras investigaciones consultadas, y es que los estudiantes de educación

valoran mucho más los documentales. Esto nos indica una mayor aceptación de programas con contenidos divulgativos, tanto culturales, como científicos o educativos que es coherente con su elección de estudios de Educación. Esta diferencia en función de la elección de estudios universitarios también se manifiesta, en la investigación que hemos referenciado anteriormente, con los estudiantes de Comunicación, que tenían una nivel de preferencia muy alto por los anuncios publicitarios.

Concluyendo, la televisión es un poderoso medio de comunicación, por el que los estudiantes de Educación se informan de los acontecimientos y su uso y preferencias son muy similares, independientemente de su sexo, país de residencia, edad o modalidad de estudios.

6. Referencias bibliográficas

- Almansa, A. (2005). Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios. *Comunicar*, 25. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15825068.pdf>
- American Association for School Librarians (2002). *El poder de la información*. Disponible en: <http://www.eduteka.org/modulos/11/336/41/1>
- Cabero, J.; Romero, R. (2002). Violencia, juventud y medios de comunicación. Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/violenciatv05.pdf.
- Cabero, J.; Llorente, M.; Marín, V. (2010). Hacia el diseño de un instrumento de diagnóstico de "competencias tecnológicas del profesorado" universitario. *Revista Iberoamericana de Educación*, 52/7. Disponible en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/3358Cabero.pdf>
- Cebrián, M. (2000). Televisión y Educación. En Ríos J. M. y Cebrián, M. (Coord.) *Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación aplicadas a la Educación* (pp. 153-257). Archidona (Málaga): Ediciones Aljibe.
- Cebrián, M. (2003). Innovar con tecnologías aplicadas a la docencia universitaria. En Cebrian, M. (Coord.) *Enseñanza virtual para la innovación universitaria* (pp. 21-36). Madrid: Narcea.
- Guevara, H. (2010). Integración tecnológica del profesor universitario desde la teoría social de Pierre Bourdieu. *Apertura*, Vol. 10. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=68813176006>
- Medrano, C.; Airbe, A. y Palacios, S. (2010). El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación. *Revista de Educación*, 352, pp. 545-566. Disponible en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re352/re352_24.pdf.
- Ortega, C. y Cazorla, A. (2006). Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad de Granada. En Usos, hábitos, demandas de los jóvenes universitarios andaluces (pp. 101-120). Proyecto Atalaya. Junta de Andalucía. Disponible en <http://www.uca.es/web/actividades/atalaya/atalayaproductos/usos>
- Percival, J. M. y Tejedor, S. (2007). El cine y la televisión como nuevos paradigmas de la Educación. *Revista de Comunicaciones, Periodismo y Ciencias Sociales*. Tercer Milenio, 18. Disponible en: http://www.tercermilenio.ucn.cl/e13/periodismo_comunicaciones_perceval.html Tuning, Proyecto(2007).
- TUNING (2007). *Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe final Proyecto Tuning América Latina 2004-2007*. Disponible en: http://www.google.com.mx/search?hl=es&q=LIBRO+TUNING&aq=f&aqi=g10&aql=&oq=&gs_rfai=

Ramirez, J.M. (2007). Televisión y violencia. Revista Latinoamericana de Psicología, Vol. 39, nº 2. Disponible en: http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?pid=S0120-05342007000200009&script=sci_arttext&tlng=en

Sanmartin, J. (2009). La violencia y sus claves. Barcelona: Editorial Ariel S.A.

Sierra, J. y Sotelo, J. (2010). Disponible en: http://www.google.es/#hl=es&xhr=t&q=EL+CONSUMO+TELEVISIVO+DE+LOS+FUTUROS+PROFESIONALES+DE+LA+COMUNICACIÓN%3A+USOS+Y+PREFERENCIAS&cp=90&pf=p&sclient=psy&site=&source=hp&aq=f&aql=&aql=&oq=EL+CONSUMO+TELEVISIVO+DE+LOS+FUTUROS+PROFESIONALES+DE+LA+COMUNICACIÓN:+USOS+Y+PREFERENCIAS&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=50bbfc785d2145c7&biw=962&bih=546

UNESCO (2008). *Estándares de competencia en TIC para Docentes*. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/2366265/Competencias-TIC-docentes-UNESCO>